

PROGETTO SHOPIFY

di DENNIS DE LUCA

CANOVACCIO

Short brief



BRAND IDENTITY

- CHI SIAMO
- VISUAL



TARGET AUDIENCE



ANALISI COMPETITOR



ECOMMERCE

BRAND IDENTITY:
CHI SIAMO

Descrizione

Lookbook è un business C2C, sui modelli di Depop e Vinted, nato all'inizio di Dicembre 2021.

I fondatori hanno spesso avuto a che fare con difficoltà nel vendere e comprare vestiti usati, il che spesso si traduceva nel lasciar perdere per frustrazione.

Da qui l'idea di creare un metodo più semplice e veloce, risultato: un'ecommerce di spicco.

Mission

'Contribuire a dare una seconda vita ad ogni capo lasciato nell'armadio e normalizzare l'utilizzo dell'abbigliamento usato.'

Vision

Creare un modello di consumo sostenibile e fare divulgazione del riuso come atto d'amore verso l'ambiente.



Analisi SWOT

STRENGTHS

- Customer care live
- Vendita di vestiti di buona qualità e marca
- Primo mercato C2C italiano nel second-hand

WEAKNESSES

- Brand nuovo nel mercato quindi poco conosciuto

OPPORTUNITIES

- Coltivare il trend crescente della tematica ecosostenibilità e second-hand
- Possibilità di scambiare i vestiti, cosa che i competitor non offrono
- Basso costo d'avvio del business

THREATS

- Rimanere senza domanda a causa del brand poco conosciuto
- Alcuni utenti potrebbero truffare altri.



TARGET AUDIENCE

Definizione del target

Gli utenti che maggiormente potranno essere interessate a ciò che Lookbook offre hanno i seguenti interessi:

- ecosostenibilità
- moda vintage

Verranno prese in considerazione sia uomini che donne, di età tra i 24 e 55, in tutta Italia..

Ecco una rappresentazione di due possibili clienti LookBook:



Giorgia

Età: 26
Occupazione: Cameriera
Stato civile: Single
Città: Milano

Device: Mobile

Sistema: IOS

Obiettivi: Vendere i suoi capi d'abbigliamento inutilizzati e guadagnarne.

Social: Facebook, Instagram, Tiktok

Values:

- Shopping online
- **Abiti vintage**



Giovanni

Età: 45
Occupazione: Avvocato
Stato civile: Sposato senza figli
Città: Roma

Device: Mobile

Sistema: Android

Obiettivi: Proteggere l'ambiente acquistando capi d'abbigliamento second-hand,

Social: LinkedIn, Facebook, Pinterest

Values:

- **Sostenibilità**
- Abiti vintage

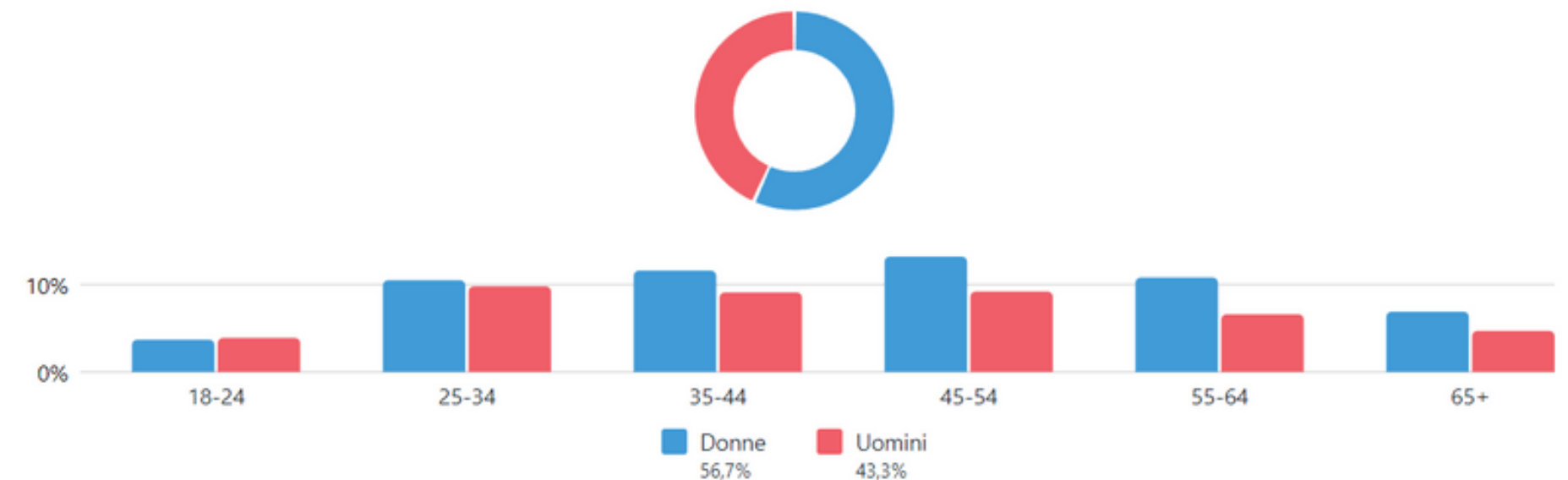
Come ho trovato il target

Per arrivare a questa definizione di target ho prima fatto un po' di **brainstorming**, cercando di capire quali fossero i topic, gli interessi fondanti del mio cliente ideale (arrivando a ecosostenibilità e moda vintage), per poi aver dei dati numerici utilizzando il tool di Facebook, **Audience Insight**.

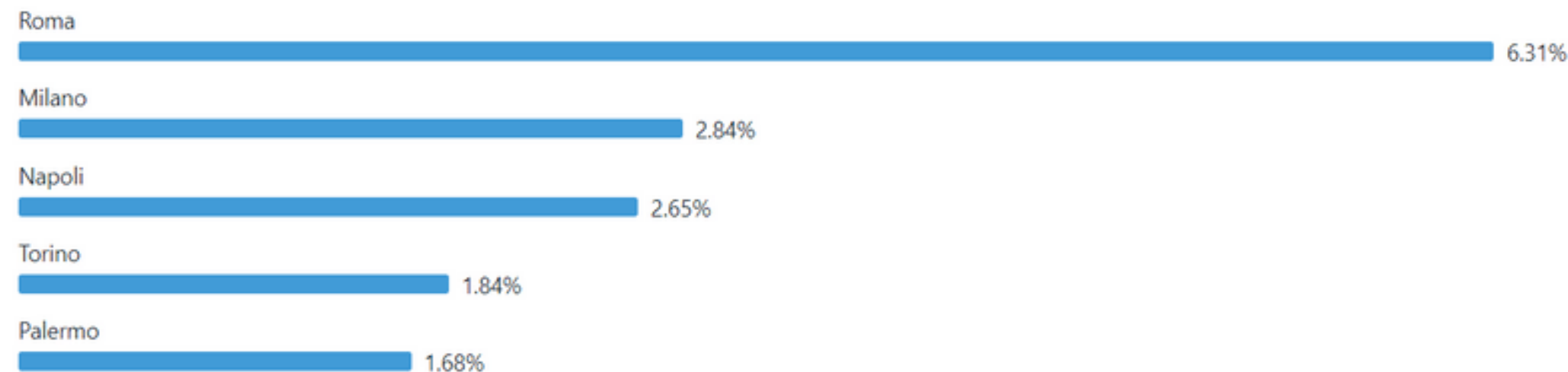
La percentuale di utenti di sesso femminile che hanno i seguenti interessi (moda vintage e sostenibilità) è di poco maggiore a quella di utenti di sesso maschile.

Possiamo vedere che il range di età cui LookBook dovrà mirare sarà compresa tra i 25 e i 55 anni.

Età e genere ①



Città principali



Anche se LookBook mira ad un utente 'italiano', quindi su livello mondiale e non locale, si può notare che Roma e Milano sono le città dove gli utenti con questi interessi risiedono.



ANALISI COMPETITOR

Scoprire i competitor



Authority Score ⓘ	Traffico Organico ⓘ	Traffico A Pagamento ⓘ	Backlink ⓘ	Display Advertising ⓘ
64 Ranking Del Domini... 7,45K ↑	1,5M +2,3% Keyword 2,18M ↑	53K +44% Keyword 21	1,3M Domini DI Riferimento 20,9K	81 Publisher 65

- Super attivi sui social
- In Italia non hanno inserzioni attive
- Ecommerce ottimizzato ma non disponibile in italiano

- Numero elevatissimo di backlink
- 5 mln download app

Authority Score ⓘ	Traffico Organico ⓘ	Traffico A Pagamento ⓘ	Backlink ⓘ	Display Advertising ⓘ
47 Ranking Del Dominio ... 1K ↑	629K +0,8% Keyword 207,43K ↑	30,1K +0,3% Keyword 49 ↓	9,1K Domini DI Riferimento 697	0 Publisher 0

- 10 mln download app
- Poco attivi sui social
- In Italia ha inserzioni attive e anche pubblicità su tv
- Ecommerce ottimizzato

Vinted



BRAND IDENTITY: VISUAL

Logo Guidelines

PRIMARY LOGO

Il logo LookBook va sempre riprodotto:

- in nero su sfondi bianchi o chiari
- in bianco su fondi neri, scuri o colore.

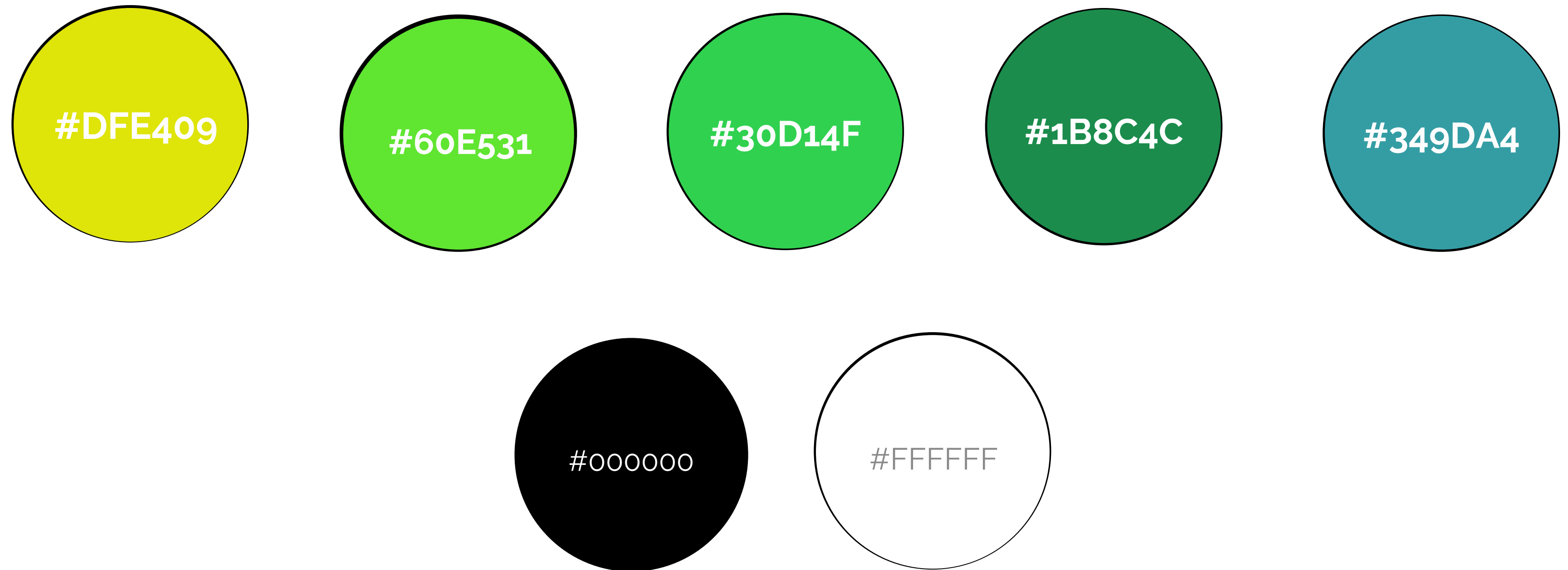
Il font utilizzato per il logo è il Montserrat Regular per le lettere L e B, mentre per 'ook' è stato utilizzato un Montserrat Thin Italic, che dà un senso di profondità dalle due lettere grandi e crea un effetto estetico più gradevole.



Logo Samples



Color palette



Typography

FONT RALEWAY

Verrà utilizzato per:

- banner text

Raleway Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Raleway Medium

(Canva non lo ha
disponibile)

FONT OSWALD

Verrà utilizzato per:

- headings (Light)
- buttons
- main menu
- banner headings (Light)
- regular text (Light)

Oswal Regulard

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Oswald Light

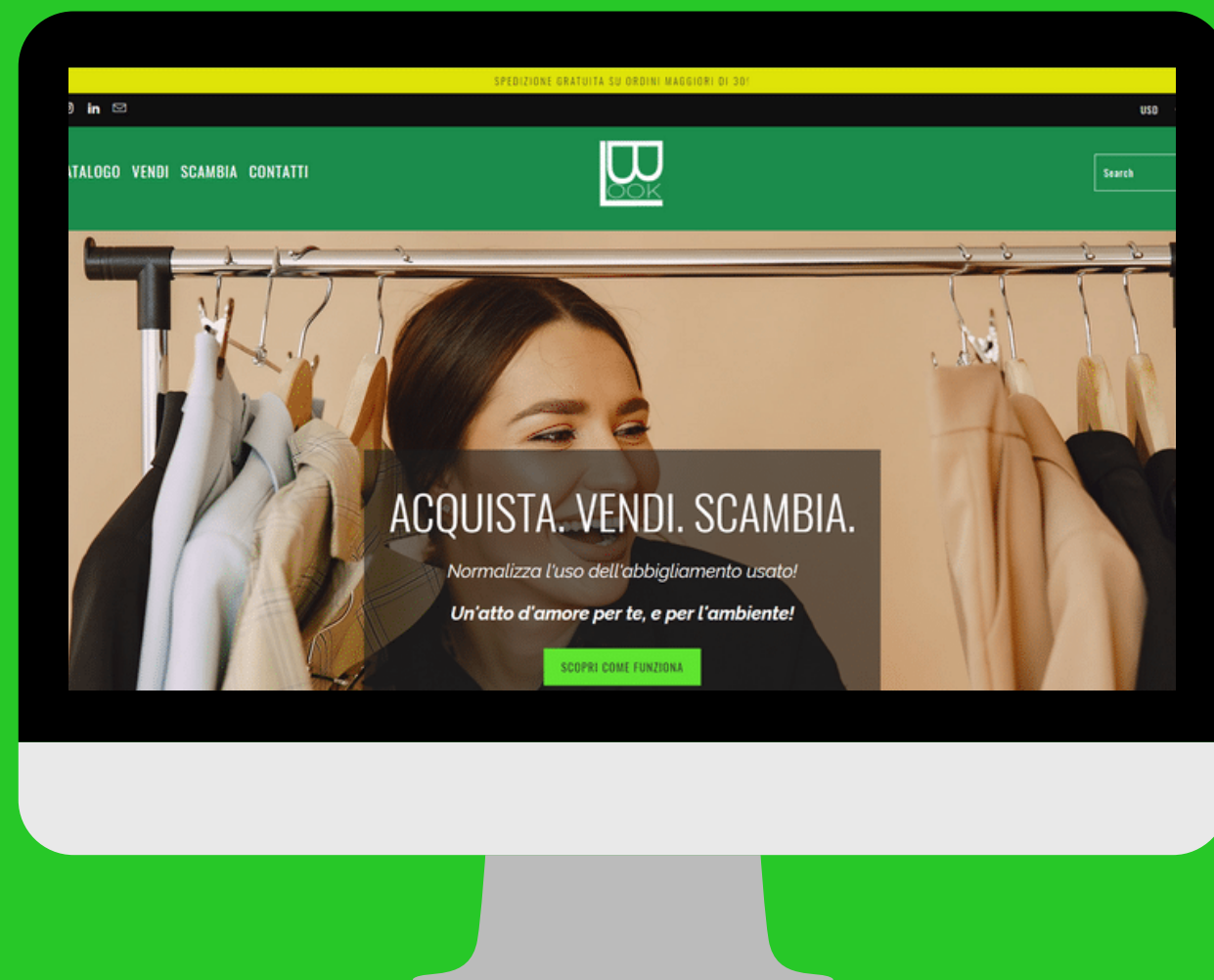
(Canva non lo ha
disponibile)



ECOMMERCE

Device Home View

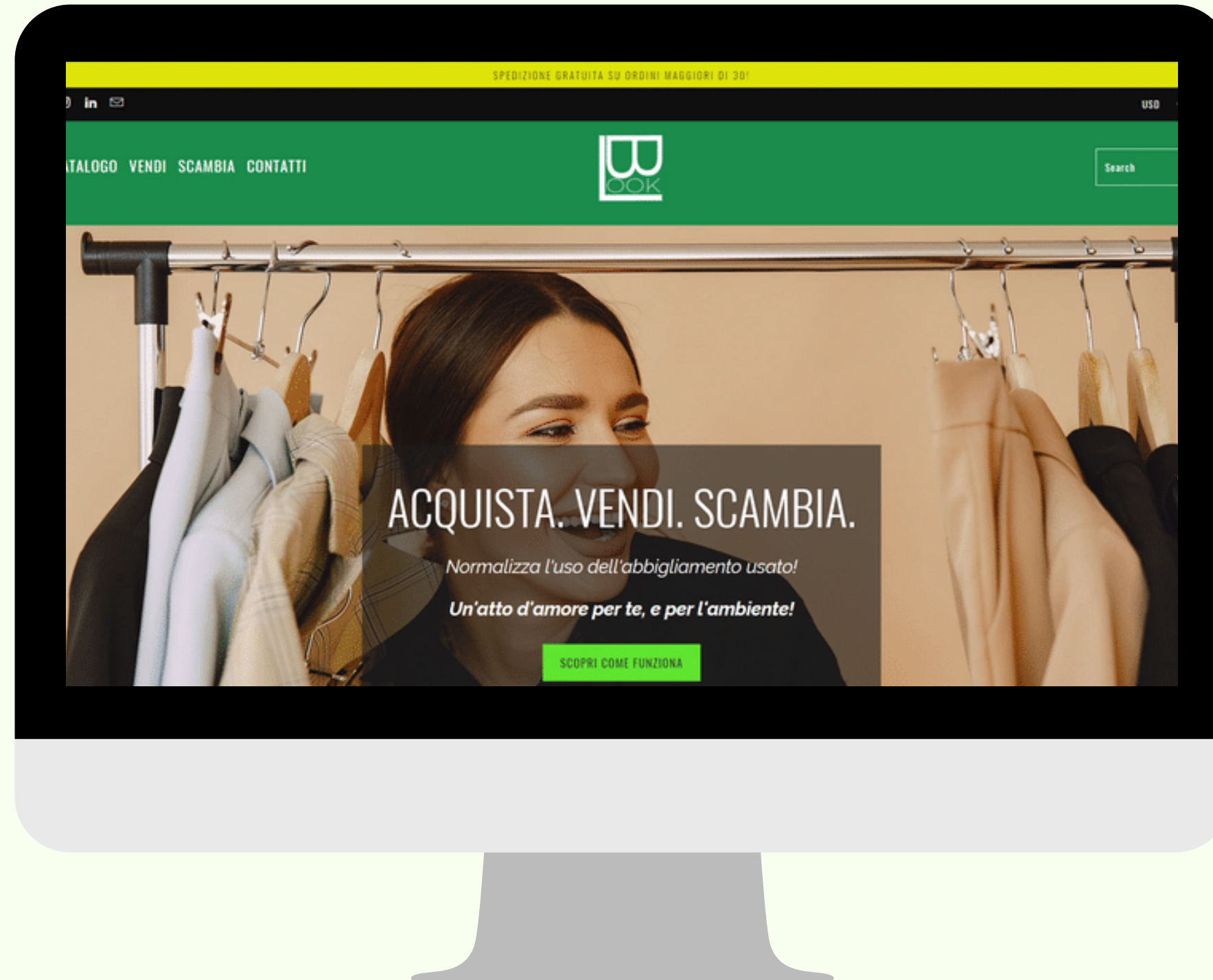
Desktop



Mobile



Link allo store



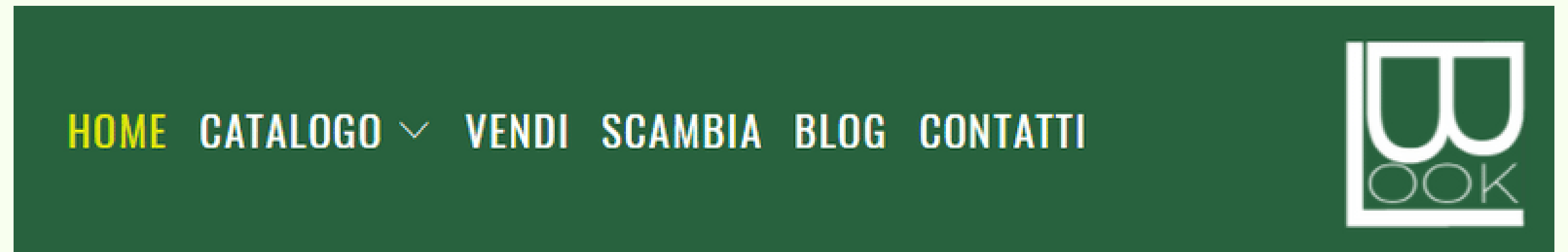
password: coffex

Clicca qui per accedere allo store

Menu

Per prima cosa, in Navigazione ho iniziato a creare i menu:
il **Menu Navigazione**, inserendo:

- Home
- Catalogo
- Vendi
- Scambia
- Blog
- Contatti



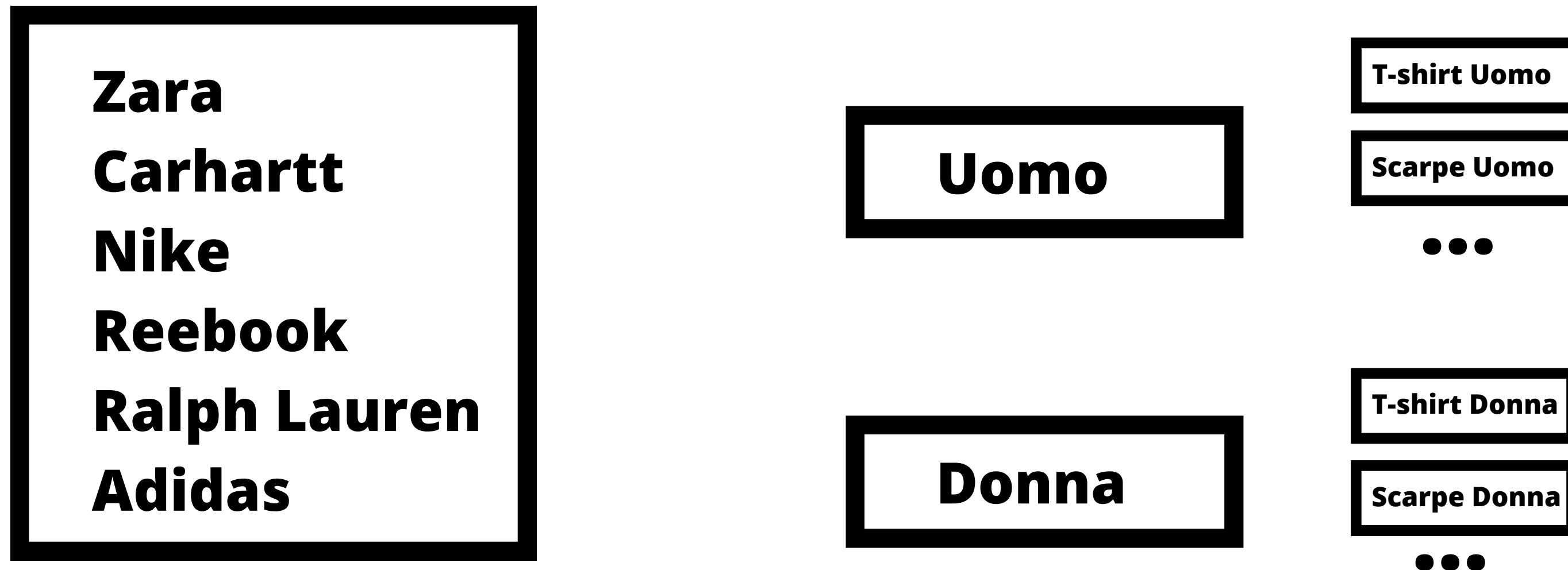
Nel **sottomenu Catalogo**, ho creato un **Mega Menu**, inserendo in esso i tre menu creati in precedenza*, ovvero **Menu Uomo**, **Menu Donna** e **Menu Marche**.



*Ulteriori menu creati sono stati:
Menu Informazioni (per il footer)

Collezioni

Le collezioni sono state create in base alla marca e in base al sesso.



Alcuni prodotti sono stati inseriti in più collezioni contemporaneamente, come ad esempio il beanie Carhartt che è stato inserito nelle collezioni:

- Carhartt
- Donna
- Uomo
- Accessori Invernali

Home Page



Per la Home ho creato una **showcase**, riportando, con un background nero in modo da essere più leggibile, dei **payoff del brand** e aggiungendo anche una **CTA finale**, che riporti (tramite un anchor tag) alla sezione Vendi e Scambia della Home.

Ho anche inserito un **popup con annuncio di offerta** di sconto (10 euro sul primo acquisto con ordine minimo di 50) che apparirà al visitatore **dopo 10 secondi** di permanenza sul sito, con un **intervallo di 2 giorni dalla sessione attuale**, in modo da non essere invasivo.



Home Page

Ho aggiunto la **live chat Tidio** per l'assistenza clienti live.



ISCRIVITI ED ENTRA NELLA COMMUNITY

Non perderti le offerte della settimana, così come i nuovi blog post!

Nome

Inserisci la tua mail...

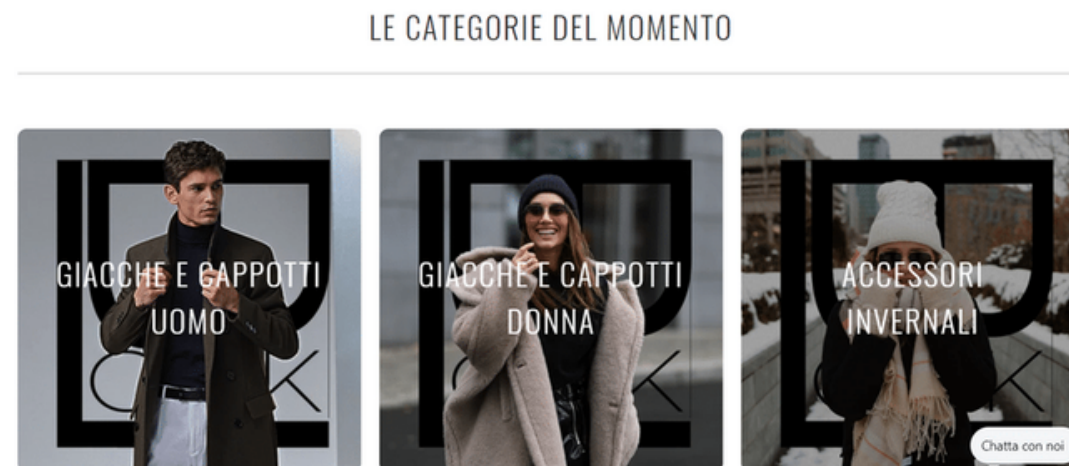
ISCRIVITI!!

Ho anche posto un **form per l'iscrizione alla newsletter**, invitando i clienti a 'non perdere le offerte della settimana, e i nuovi blog post'.

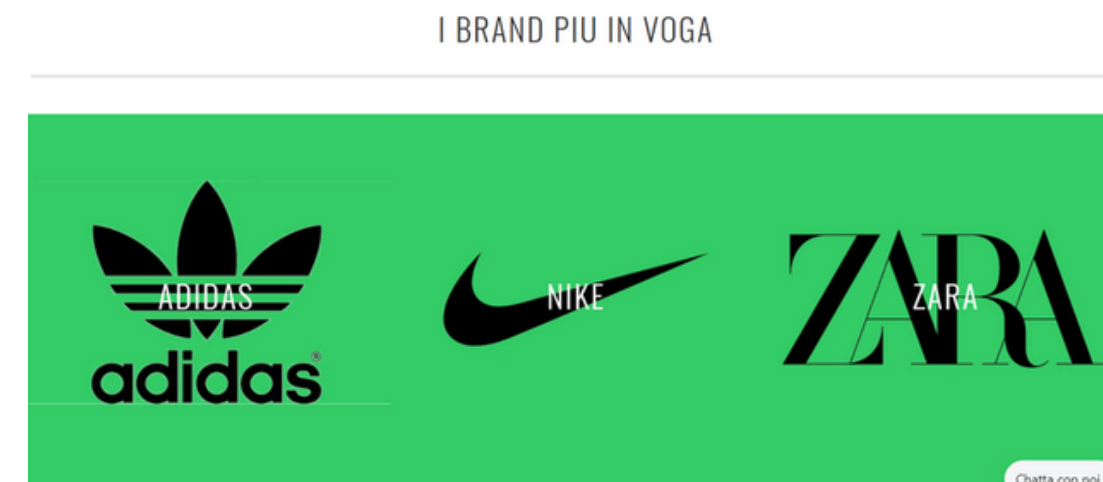
Home Page

Successivamente ho deciso di inserire le seguenti sezioni:

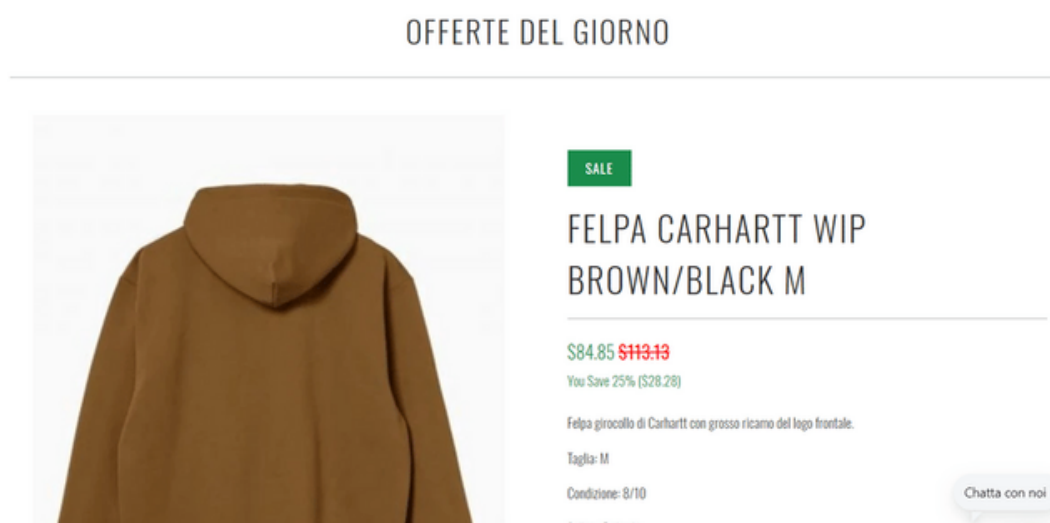
- **Categorie del momento**



- **Brand più in voga**



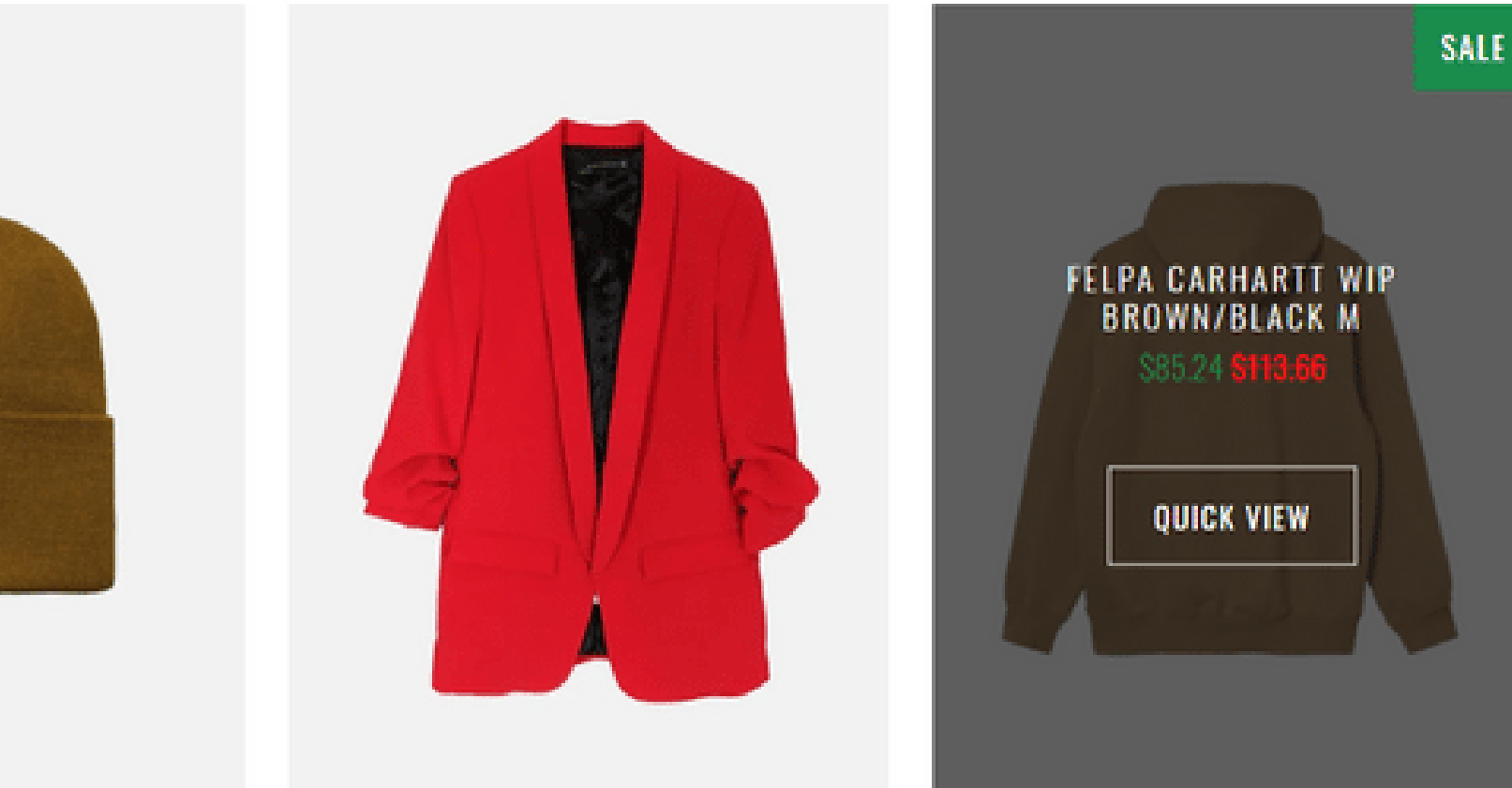
- **Offerte del giorno**



- **Prodotti visti recentemente**



Catalogo Page

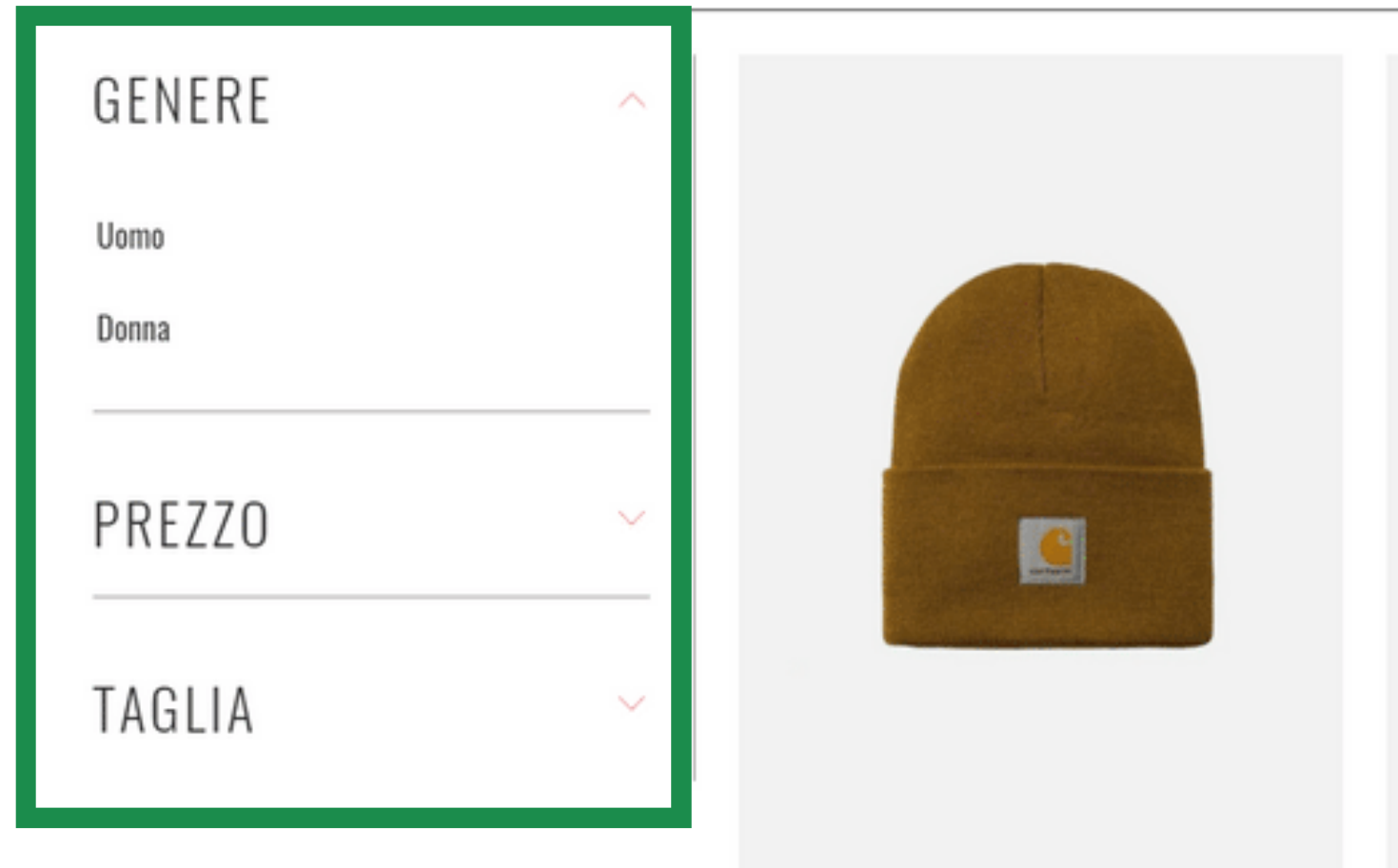


Ho **aggiunto le informazioni prodotto su hover**, ovvero quando l'utente passerà con il cursore sull'immagine prodotto, appariranno informazioni, quali nome prodotto e prezzo.

Ho poi **cambiato il colore del box prodotto su hover**, scegliendo per un giallo un po più scuro così da permetterla la lettura, in linea con la color palette



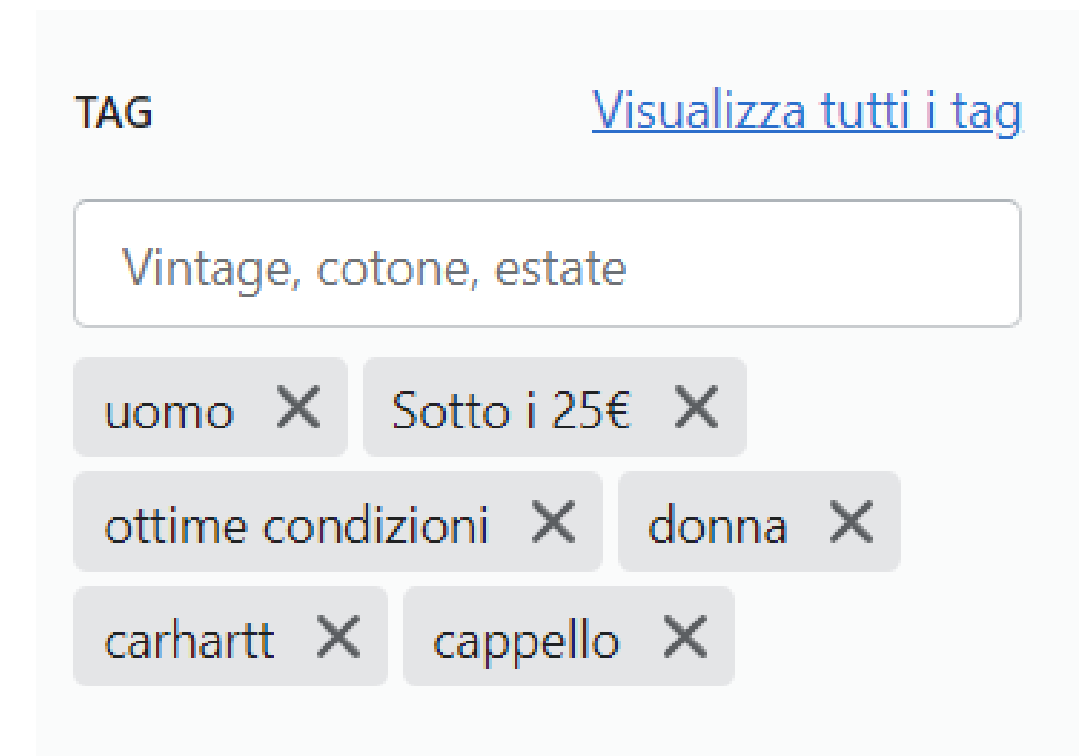
Catalogo Page



Ho voluto rendere la ricerca prodotto ancora più semplice, **aggiungendo dei filtri per:**

- genere
- prezzo
- taglia

Esempio filtri aggiunti
ad un prodotto



Product Page



BERRETTO CARHARTT WIP BROWN

\$11.37

Vendo fantastico cappello Carhartt, regalatomi pochi giorni fa, ancora in scatola.

Condizioni: 10/10

Seller: @elensw

AGGIUNGI AL CARRELLO

BUY IT NOW

Essendo un ecommerce C2C, ho cercato di creare delle **descrizioni tipiche di persone che mettono in vendita dei propri prodotti**, prendendo ispirazione da quelle Depop e Vinted.

Ho anche inserito la **sezione 'Oggetti correlati'**, per dare all'utente dei veloci suggerimenti di prodotti.

RELATED ITEMS



GIACCA DICKIES DUCK CANVAS



FELPA CARHARTT WIF
BROWN/BLACK M

\$85.30 ~~\$112.79~~

Altre cose

- Ho creato un blog all'interno del sito con articoli su sostenibilità, moda second-hand...
- Nelle pagine Vendi e Scambia, ho creato delle guide step by step per l'utente interessato a vendere/scambiare prodotti
- Ho aggiunto un Menu Informazioni nel footer, così come il Menu Social, ma entrambi hanno dei reindirizzamenti casuali, in quanto si tratta di un business fittizio.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



CONTATTO MAIL: dennis.deluca02@gmail.com
NUMERO TELEFONICO: 3398662119